

Il contrasto alla disinformazione in rete tra logiche del mercato e (vecchie e nuove) velleità di controllo*

The Fight Against Fake News Online Between Market Principles and (Old and New) Forms of Control

* L'articolo è stato sottoposto, in conformità al regolamento della Rivista, a referaggio anonimo, in quanto riproduce la relazione presentata dall'A. al convegno "Libertà di espressione e post-verità nella società dell'algoritmo" (Università di Milano-Bicocca, 7 aprile 2017).

Marco Cuniberti

Professore associato di Diritto costituzionale presso l'Università degli Studi di Milano

Abstract

Il contributo affronta il problema della disinformazione in rete, e degli strumenti che possono essere messi in campo nel tentativo di arginare il fenomeno: premette alcune notazioni fortemente critiche sull'atteggiamento dei media c.d. *mainstream* e del mondo politico, con particolare riguardo ad un recente disegno di legge e ad una risoluzione del Parlamento europeo in materia, e dopo aver espresso perplessità sul reiterato utilizzo, in questo ambito, della metafora del "*free marketplace of ideas*", l'autore si sofferma, in particolare, sul ruolo che in tale attività di contrasto può essere svolto dai grandi intermediari privati (in particolare motori di ricerca e *social network*), sulla necessità di mantenere la distinzione tra informazione professionale e semplice libertà di espressione e, infine, sulla necessità di ripensare la stessa nozione di pluralismo nel mondo della rete.

The article focuses on the problem of the spread of fake news on the Internet and the possible legal remedies to tackle it. Some critical remarks are brought forward with respect to the attitude of mainstream media and political actors. Particularly, the author explores some concerns regarding a bill introduced in the Italian Parliament and a resolution of the European Parliament. After having criticized the recurring reference to the metaphor of the free marketplace of ideas in this field, attention is paid to three factors, namely: the role that intermediaries (including social network and search engine providers) may play to contrast the spread of fake news, the crucial difference between professional information and "simple" exercise of freedom of speech, and the need to revisit the notion of pluralism in accordance with the characteristics of the Internet.

Sommario

1. Informazione, disinformazione, controinformazione tra "vecchi" e "nuovi" media. - 2. Due recenti (ed inquietanti) risposte dal mondo politico. - 3. Gli strumenti giuridici per il contrasto alla disinformazione *on line*. - 3.1. Il ruolo dei "colossi del web". - 3.2. Qualche considerazione a proposito del c.d. "*free marketplace of ideas*". - 3.3. Il ruolo dell'informazione professionale. - 3.4. La necessità di ripensare il concetto di pluralismo.

Internet
disinformazione in rete
fake news
libertà di espressione
responsabilità degli ISP

1 Informazione, disinformazione, controinformazione tra “vecchi” e “nuovi” media.

A dispetto della perdurante convinzione che il tramonto del novecento abbia coinciso con la fine delle ideologie, il mondo contemporaneo è un mondo molto più ideologico di quanto non si sia portati a ritenere: e uno dei settori in cui questo approccio ideologico è più evidente e pervasivo è rappresentato dalla percezione delle nuove tecnologie e del loro impatto sulla società e sulla esistenza umana.

Accade così che, nel mondo di internet, ciò che (ideologicamente) viene rappresentato come la lotta tra progresso e reazione, o tra libertà e oppressione, in realtà sia solo la lotta tra (vecchi e nuovi) centri di potere e di interesse: così, ad esempio, la neutralità della rete, spesso invocata in nome e a garanzia della libertà degli utenti, è stata (e rimane) anche, e forse soprattutto, un'arma utilizzata nello scontro tra vecchi e nuovi monopolisti del mercato delle comunicazioni, tra i gestori delle infrastrutture e i c.d. “over the top”¹.

Anche il problema, oggi così dibattuto, della disinformazione in rete appare caratterizzato dalla stessa distorsione ideologica: per rendersene conto, è sufficiente chiedersi per quale motivo il tema sia diventato “virale” solo nel 2016, nonostante la presenza di massicce dosi di disinformazione in rete non rappresenti certo una novità².

Non si può fare a meno di notare, infatti, che il 2016 è stato contrassegnato da almeno due eventi (la c.d. Brexit e l'elezione di Donald Trump alla presidenza U.S.A.) che hanno mostrato, al di là di ogni dubbio, le crescenti difficoltà che i mass media tradizionali incontrano nel leggere, interpretare e comprendere le trasformazioni di larghe fasce dell'elettorato: non solo, ma i due eventi hanno anche definitivamente accertato le difficoltà che gli stessi mass media incontrano nell'orientare e nel condizionare le scelte degli elettori, dal momento che non è un mistero che, in entrambi i casi, le decisioni emerse dalle urne hanno frontalmente smentito le aspettative e i desiderata della stragrande maggioranza dei media c.d. “mainstream”, dei loro esponenti di spicco e dei centri di interesse di cui questi sono espressione.

Tali vicende hanno quindi reso evidente, forse per la prima volta in modo così netto, che i grandi media tradizionali non hanno più il controllo della “opinione pubblica”: più ancora, forse, hanno segnalato che la stessa “opinione pubblica”, come ambiente (più o meno virtuale) costruito dai media c.d. mainstream e dai centri di potere e di interesse cui questi danno voce, non esiste più, e che al suo posto si viene delineando un universo disperso e frammentato che i media non sono più in grado di capire, strutturare e, soprattutto, orientare³.

A fronte di ciò, la reazione del mondo che gravita attorno ai mass media tradizionali (o mainstream che dir si voglia), fatto salvo qualche sporadico spunto di riflessione e di autocritica, è principalmente consistita nello scatenare una feroce campagna di denuncia dei pericoli della disinformazione e della manipolazione in rete: una campagna, però, non solo un po' tardiva, posto che il problema non nasce certamente ora, ma anche leggermente sospetta, dal momento che tende a dimenticare e a far dimenticare le pesanti responsabilità che gli stessi media c.d. mainstream hanno avuto, nel recente passato e sino ad oggi, nella costruzione di gigantesche operazioni di disinformazione di massa⁴.

Il carattere ideologico dell'attuale polemica contro la disinformazione in rete risiede appunto nella sua attitudine a dissimulare la vera natura dello scontro in atto: che non è tanto uno scontro tra informazione “buona” e “cattiva”, tra informazione e disinformazione, quanto una guerra tra vecchi e nuovi media - e vecchi e nuovi centri di potere - per il controllo dell'opinione pubblica, scatenata dal fatto che, per la prima volta, la informazione e disinformazione on line sembrano più efficaci, nell'o-

¹ Se appena si prova ad andare oltre il mito della rete “stupida” che contrassegna la fase pionieristica di internet (cfr. L. Lessig, *The Future of Ideas* (2001), trad. it. *Il futuro delle idee*, Milano, 2006, 42), infatti, il dogma secondo cui la rete non deve operare distinzioni tra contenuti e tra i relativi fornitori appare uno sbiadito relitto del passato, in una rete dominata da enormi e potentissimi intermediari (a cominciare da *social network* e motori di ricerca) il cui ruolo è decisivo nell'accrescere o comprimere la visibilità di determinati contenuti, sicché l'unico significato che il principio di neutralità conserva, nell'attuale scenario, è quello di una leva ideologica attraverso la quale i c.d. “Over the Top” (OTT), oggi i veri signori della rete, proteggono e consolidano il proprio dominio a scapito degli operatori di rete.

² Per una ricca rassegna al riguardo cfr. ad es. E. Morozov, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom* (2011), trad. it. *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di internet*, Torino, 2011.

³ Mutuando il titolo di un fortunato libro di E. Parisier (*The Filter Bubble. What The Internet Is Hiding From You* (2011), trad. it. *Il Filtro. Quello che Internet ci nasconde*, Milano, 2012), si ragiona infatti di una “bubble democracy”, una “democrazia delle bolle” che avrebbe preso il posto della “democrazia del pubblico” segnata dalla centralità del *medium* radiotelevisivo, a partire dagli anni cinquanta, la quale a sua volta sarebbe succeduta alla democrazia dei partiti, caratterizzata dal predominio della stampa di opinione come strumento di formazione e orientamento dell'opinione pubblica (D. Palano, *La bolla mortale della nuova democrazia*, in *Il Foglio*, 1° maggio 2017).

⁴ A cominciare da quella che a buona ragione si può definire “la madre di tutte le fake news”, quella cioè riguardante le famigerate quanto fantomatiche “armi di distruzione di massa” di Saddam Hussein, addotte a pretesto per scatenare una guerra di aggressione che ha causato, secondo le stime più prudenti, alcune centinaia di migliaia di vittime, in larga parte civili, oltre alla perdurante destabilizzazione dell'Iraq.

rientare, condizionare e manipolare l'opinione pubblica, di quelle veicolate dai media tradizionali. Tutto ciò, peraltro, non dovrebbe stupire e forse neppure allarmare più di tanto, se solo si considera che, a partire dalla sua nascita attorno al XVIII secolo, il concetto di "opinione pubblica" non designa una realtà esistente in natura, ma appunto, un complesso ecosistema, sensibile all'azione di una pluralità di fattori di ordine economico, sociale, giuridico e tecnologico, che chiaramente si evolve e si trasforma con l'evoluzione della società, della sua struttura economica e giuridica, e ovviamente degli strumenti tecnologici: sicché, se da un lato non è probabilmente mai esistita una sola, generica ed onnicomprensiva "opinione pubblica", ma una pluralità di "sfere pubbliche" in rapporto di costante tensione, competizione ed influenza reciproca, d'altro canto ogni trasformazione della struttura economica, giuridica e tecnologica della società, intervenuta dall'avvento della società industriale sino ad oggi, ha di volta in volta messo in crisi l'idea e l'immagine dominante della "opinione pubblica", imprimendo ad essa radicali trasformazioni⁵.

Se è così, è possibile che ci si trovi di fronte a uno dei tanti momenti in cui, come più volte è accaduto dalle sue origini ad oggi, la nozione dominante di "opinione pubblica" è entrata in crisi, per poi ricomporsi e ristrutturarsi conformandosi alle evoluzioni del tessuto economico e tecnologico: ciò che invece può suscitare qualche preoccupazione in più è il fatto che alle scomposte, ma in fin dei conti comprensibili, reazioni che vengono da una parte del mondo dell'informazione si affianchino prese di posizione decisamente più inquietanti da parte del mondo politico.

2 Due recenti (ed inquietanti) risposte dal mondo politico.

Negli ultimi mesi, infatti, il problema della disinformazione on line ha attratto anche l'attenzione del mondo politico: un mondo che, sin dall'avvento di internet, non si è mai contraddistinto per lucidità e preveggenza nell'approccio ai temi della rete e alle nuove tecnologie, e che anche in questa occasione non è sembrato dar prova di particolare equilibrio e lungimiranza.

Due documenti meritano di essere, pur brevemente, analizzati, perché, al di là degli esiti pratici (auspicabilmente nulli) che sono destinati a produrre, testimoniano tutti i limiti culturali dell'approccio del potere politico a questo tipo di tematiche: si tratta del recente disegno di legge A.S. 2688, presentato al Senato della Repubblica il 7 febbraio 2017 e avente come prima firmataria la senatrice Adele Gambaro, e della risoluzione approvata dal Parlamento europeo il 23 novembre 2016, sulla comunicazione strategica dell'UE per contrastare la propaganda nei suoi confronti da parte di terzi.

Il disegno di legge A.S. 2688, recante «disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione *online*, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica», si propone di dare attuazione alle preoccupazioni espresse, tra l'altro, dall'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa circa «il numero di campagne mediatiche *online* miranti a fuorviare settori dell'opinione pubblica, attraverso informazioni intenzionalmente tendenziose o false, l'istigazione all'odio contro singoli individui e anche attacchi personali, spesso in ambito politico, volti a minare il regolare svolgimento dei processi democratici»; con l'esplicito fine di contrastare il diffondersi dei «movimenti populistici», il disegno di legge si propone quindi, sulla scia di analoghe iniziative intraprese in Francia e Germania, di dare vita a forme di «collaborazione» tra il potere politico e i «colossi del web», finalizzata a mettere in atto un «costante monitoraggio» della rete al fine di rimuovere contenuti

⁵ Fondamentale è ancora oggi il riferimento a J. Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (1962), trad. it. *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, 2005: alla luce di queste peraltro risalenti notazioni, dovrebbe forse ridimensionarsi anche l'impatto devastante che viene ascritto alla c.d. "bubble democracy" (v. *supra*, n. 3): le "bolle", o "sfere" che dir si voglia, nella struttura dell'opinione pubblica, ci sono sempre state; quello che cambia è probabilmente il modo, e la velocità, con cui si formano e si dissolvono, e il fatto che, diversamente dal passato, appare difficile inquadrare simili fenomeni secondo dinamiche sociologiche classiche, e in particolare attraverso le lenti della nozione di classe.

«falsi, pedopornografici o violenti»⁶.

Al di là dell'esplicito riferimento ai «movimenti populistici», che sembrerebbe tradire le finalità politiche di questa auspicata forma di controllo della rete, le maggiori perplessità che simili propositi suscitano attengono a due distinti profili.

In primo luogo, è evidente che un monitoraggio di tale estensione richiederebbe o l'utilizzo di strumenti informatici, di “filtri”, insomma, basati sull'utilizzo di determinate parole chiave, oppure la collaborazione degli utenti attraverso appositi strumenti di “segnalazione” dei contenuti inappropriati: sono strumenti che già esistono per l'individuazione di contenuti pornografici o violenti, e che negli ultimi mesi, come vedremo tra poco, si è cercato di esportare anche sul terreno della lotta alle c.d. *fake news*; sono però anche strumenti la cui efficacia suscita qualche dubbio, è che non è escluso possano portare alla eliminazione di contenuti del tutto inoffensivi.

In secondo luogo, ma in stretta correlazione con quanto appena osservato, è impressionante che si accomuni la semplice «falsità» ai «contenuti pedopornografici o violenti»: a prescindere dal fatto che non sempre la falsità di un contenuto, diversamente dal suo carattere pedopornografico o violento, è rilevabile *ictu oculi*, non pare corretto mettere sullo stesso piano comportamenti tra i quali dovrebbe quanto meno sussistere una differenza in termini di gravità e di pericolosità sociale. L'idea di sanzionare la falsità della notizia in sé, indipendentemente da ogni profilo ulteriore di danno sociale, trova poi espressione pratica nell'art. 1 del disegno di legge, che introducendo l'art. 656 – bis del codice penale, punisce con l'ammenda fino a 5.000 euro, salvo che il fatto costituisca più grave reato, «chiunque pubblica o diffonde, attraverso piattaforme informatiche destinate alla pubblicazione o diffusione di informazione presso il pubblico, con mezzi prevalentemente elettronici o comunque telematici, notizie false, esagerate o tendenziose che riguardino dati o fatti manifestamente infondati o falsi».

A parte la difficoltà di giustificare razionalmente il diverso trattamento di chi divulghi tali notizie attraverso strumenti elettronici o informatici rispetto a chi faccia uso di strumenti differenti, ciò che colpisce è che l'illecito consiste nella mera falsità della notizia, senza che sia richiesto alcun ulteriore profilo di dannosità o pericolosità della condotta: ora, se è vero, come sostiene la nostra migliore dottrina, che l'art. 21 non copre la deliberata e consapevole diffusione di informazioni false⁷, è anche vero, d'altra parte, che nel nostro ordinamento, la sola e semplice affermazione di un fatto falso, che non sia preordinata o idonea ad arrecare un danno ingiusto o un ingiusto svantaggio ad altri, potrà rilevare al più – se proveniente da un giornalista - sotto il profilo deontologico, ma non comporta normalmente né responsabilità civile né sanzioni penali; il falso in sé, in altri termini, non è manifestazione del pensiero, ma non è neppure reato, rientrando piuttosto in una zona di irrilevanza giuridica⁸.

Con tale previsione il disegno di legge introduce quindi una novità rilevante, con l'ulteriore particolarità che tale novità non è estesa ad ogni forma di espressione, ma solo a quelle che si avvalgono di strumenti elettronici o telematici, e che la norma non si applica a chi eserciti professionalmente

⁶ Si legge infatti nella presentazione del d.d.l.: «la libertà di espressione non può trasformarsi semplicemente in un sinonimo di totale mancanza di controllo, laddove controllo, nell'ambito dell'informazione, vuol dire fornire una notizia corretta a tutela degli utenti. È infatti sotto gli occhi di tutti il danno che può comportare, nell'era dell'informaticizzazione, la diffusione di una notizia sbagliata e distorta. Peggio ancora se manipolata. Le notizie false, o *fake news* o bufale, ci sono sempre state, ma non sono mai circolate alla velocità di oggi. Per questo non è più rinviabile un dibattito serio in questo senso. Se l'informazione diventa disinformazione i mezzi di comunicazione di massa possono essere utilizzati a fini di propaganda con il rischio che notizie appositamente distorte vengano strumentalmente adoperate per influenzare l'opinione pubblica. Questo perché con il diffondersi dei *social media* il pericolo di contaminare internet con notizie inesatte e infondate o, peggio ancora, con opinioni che seppur legittime rischiano di apparire più come fatti conclamati che come idee, è in crescita esponenziale. [...] È dunque importante disciplinare la vita *online* come la vita *offline*, che si parli di cyberbullismo o di divulgazione di notizie false, bisogna puntare ad usare gli strumenti già a disposizione nel nostro ordinamento giuridico spostando l'attenzione dal reale al virtuale perché gli attori sono sempre gli stessi: i cittadini che, come nella vita reale, hanno il diritto di essere tutelati anche in quella virtuale. Si tratta di un dibattito ormai in fase avanzata in tutte le democrazie occidentali che investe i colossi di internet, il cui impegno è rivolto alla ricerca di nuovi strumenti in grado di filtrare e garantire l'autenticità delle notizie. Di pari passo all'incremento dei consensi dei movimenti populistici nei Paesi occidentali è accresciuta la preoccupazione che le *fake news* possano essere diffuse e poi cavalcate a fini politici. La reazione di Francia e Germania è stata quasi immediata: oltre all'avvio di programmi specifici volti a verificare l'attendibilità delle notizie che circolano sul web, è emersa l'esigenza di intervenire sotto il profilo normativo per ottemperare alla duplice necessità di effettuare un costante monitoraggio dei contenuti presenti in rete, per poi procedere alla rimozione di quelli considerati falsi. In particolare, in Germania è stata presentata una proposta di legge che obbliga i *social media* ad eliminare i contenuti falsi entro 24 ore dalla loro individuazione. [...] Bisogna avviare un simile percorso anche in Italia attingendo agli strumenti che già ci sono: le leggi contro le informazioni false, illegali e lesive della dignità personale, ripensandole per il web. Ciò consentirebbe ai colossi della rete l'uso di selettori *software* per rimuovere i contenuti falsi, pedopornografici o violenti».

⁷ Per tutti, cfr. già C. Esposito, *La libertà di manifestazione del pensiero nell'ordinamento italiano*, Milano, 1958, 36, nonché più recentemente A. Pace, in A. Pace-M. Manetti, *La libertà di manifestazione del proprio pensiero* (commento all'Art. 21 Cost.), in *Commentario della Costituzione*, Bologna – Roma, 2006, 89.

⁸ Per usare le parole di A. Pace, *La libertà*, cit., loc. cit., che a sua volta riprende il citato scritto di C. Esposito, il fatto che l'art. 21 non copra «i fatti soggettivamente falsi [...] non significa che la manifestazione di tali fatti sarebbe vietata, ma [...] che non è costituzionalmente protetta. Il legislatore è pertanto libero di disciplinare le manifestazioni di pensiero non corrispondenti alle proprie interiori persuasioni; e quindi vietarle e punirle purché ricorrano due condizioni: a), che sia «raggiunta la prova della divergenza della espressione dall'interiore pensiero»; b) che tale divergenza possa danneggiare la pubblica fede ovvero pregiudicare interessi (giuridicamente protetti) dei singoli o della collettività».

l'attività giornalistica o editoriale⁹: con il che si giunge al paradosso per cui l'operatore professionale, sul quale sino ad oggi si ritiene incombono maggiori responsabilità in relazione al rispetto dei doveri deontologici, verrebbe a godere, all'opposto, di un trattamento di favore¹⁰.

La pena aumenta, poi, arrivando a contemplare anche la misura detentiva, se le notizie false o esagerate sono tali da «destare pubblico allarme», o se si collegano ad una «attività tale da recare nocimento agli interessi pubblici o da fuorviare settori dell'opinione pubblica, anche attraverso campagne con l'utilizzo di piattaforme informatiche destinate alla diffusione *online*»; e le sanzioni aumentano ulteriormente, arrivando alla reclusione non inferiore a due anni e all'ammenda fino a 10.000 euro, per chi «si renda responsabile di campagne d'odio contro individui o di campagne volte a minare il processo democratico, anche a fini politici»¹¹.

Ora, al di là del fatto che taluni di questi comportamenti (come la pubblicazione di notizie false, esagerate o tendenziose, tali da turbare l'ordine pubblico, o lo svolgimento di campagne d'odio) sono già sanzionati da altre norme¹², e al di là della perplessità che suscita il recupero di categorie come quella di «disfattismo politico»¹³, ciò che appare inaccettabile in simili disposizioni è l'assoluta vaghezza ed indeterminatezza di espressioni come «recare nocimento agli interessi pubblici» o «minare il processo democratico, anche a fini politici».

È persino inutile evidenziare come la reviviscenza di simili categorie evochi periodi oscuri della nostra storia: ed è impressionante che, per cercare di giustificare simili compressioni alla luce del disposto dell'art. 21 della costituzione, nella relazione introduttiva addirittura si aggravi il danno, e, non trovando di meglio che rifarsi ad una sentenza della cassazione del 1956, si evochi, come limite alla libera manifestazione del pensiero, non solo il dovere del cittadino «di non destare pubblico allarme», ma anche quello «di non denigrare all'estero la propria patria con notizie false, esagerate e tendenziose sulle condizioni interne» e la «esigenza dello Stato, come persona giuridica di diritto internazionale, qualunque sia il suo ordinamento politico, di tutelare il suo credito e il suo prestigio all'estero e di difendersi dall'opera nociva dei suoi cittadini»¹⁴.

Altre previsioni del disegno di legge, come quelle sugli obblighi di comunicazione e sulla rettifica, se pure esprimono esigenze degne di apprezzamento, appaiono formulate in maniera tale da creare dubbi sulla loro effettiva utilità¹⁵ e da configurare un aggravio inutile e sproporzionato a carico dei gestori di siti e piattaforme¹⁶; altre, ancora, impongono obblighi di rimozione di contenuti, a seguito di semplici richieste di privati¹⁷, che, oltre ad essere in contrasto con le previsioni della vigente disciplina nazionale e comunitaria¹⁸, sembrano basarsi su un sostanziale travisamento dei principi affermati in materia di diritto all'oblio nella sentenza *Google Spain* della Corte di giustizia UE

⁹ Prevede infatti il comma 3 dell'art. 1 del disegno di legge che «l'articolo 656-bis del codice penale, introdotto dal comma 1 del presente articolo, non si applica ai soggetti e ai prodotti di cui alla legge 8 febbraio 1948, n. 47, e di cui all'articolo 1, comma 3-bis, della legge 7 marzo 2001, n. 62».

¹⁰ Nella presentazione del disegno di legge, si ritiene di giustificare tale esito paradossale osservando che, mentre «i mezzi di comunicazione a stampa, le emittenti radiotelevisive tradizionali e le testate giornalistiche *online* sono (...) editorialmente responsabili dei loro contenuti», invece, nel caso di «notizie diffuse sul web senza alcun criterio professionale [...], chiunque [...] può dire quello che vuole, per la più che legittima libertà di espressione»: con il che, evidentemente, si confondono indebitamente due piani (quello della assunzione della responsabilità e quello della definizione dell'illecito) che dovrebbero rimanere distinti.

¹¹ Così dispone l'art. 2 del disegno di legge che introduce l'art. 265 - *bis* e *ter* c. p.

¹² Ad esempio dall'art. 656 c. p., o dalle previsioni della l. 25 giugno 1993, n. 205.

¹³ Non si può fare a meno di notare, infatti, che l'art. 265 c. p., subito dopo il quale l'art. 2 del disegno di legge va a collocare gli artt. 265 - *bis* e *ter* appena richiamati, è rubricato «disfattismo politico», è collocato tra i delitti contro la personalità internazionale dello stato ed è destinato ad applicarsi in tempo di guerra.

¹⁴ Il riferimento è alla sentenza della Cassazione n. 2445 del 1956, citata nella presentazione del disegno di legge.

¹⁵ Così, l'art. 3, al comma 1, prevede che quando si apre un sito web privato, un blog, un forum o comunque una qualsiasi piattaforma elettronica destinata alla pubblicazione o diffusione *online* di informazioni presso il pubblico, fermo restando il non assoggettamento agli obblighi di registrazione di cui all'art. 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47 e all'art. 1, comma 3-bis, lett. a), della legge 21 marzo 2001, n. 62, è necessario che l'amministratore del sito comunichi, entro quindici giorni dalla diffusione *online*, tramite posta elettronica certificata, al tribunale territorialmente competente, il proprio nome e cognome, il domicilio, il codice fiscale e l'indirizzo di posta elettronica certificata, oltre che il nome e l'URL della piattaforma elettronica: qui non si comprende perché tali obblighi di comunicazione debbano avere come destinatario il tribunale (che peraltro non è chiaro se e come dovrebbe verificare l'autenticità delle informazioni fornite), se non come un tentativo di effettuare un parallelo con la registrazione dei periodici; ma se, rispetto alla registrazione dei periodici, attribuire tale competenza al tribunale aveva un significato preciso (quello di evitare la possibilità di un diniego arbitrario o improprio di registrazione), qui, invece, trattandosi di semplice comunicazione, non si vede perché il destinatario debba essere il tribunale.

¹⁶ È il caso dell'art. 4 del disegno di legge che, nell'estendere a titolari di blog o forum l'obbligo di rettifica previsto per i periodici, utilizza la medesima formulazione dell'art. 8 della legge sulla stampa, stabilendo che l'amministratore del sito provveda alla pubblicazione delle dichiarazioni o delle rettifiche dei soggetti «di cui siano state pubblicate immagini o ai quali siano stati attribuiti fatti o atti o pensieri o affermazioni da essi ritenuti lesivi della loro reputazione o contrari a verità, purché le dichiarazioni o le rettifiche non abbiano contenuto suscettibile di incriminazione penale», e che la pubblicazione della rettifica sia effettuata entro due giorni dalla richiesta, con idonea collocazione e caratteristica grafica e sulla pagina principale della piattaforma, con la stessa evidenza riservata allo scritto che ha determinato la richiesta: al riguardo, se è chiaro che chiunque si senta offeso da un contenuto *on line* è libero di chiederne la rimozione e, qualora non venga effettuata, di avviare un'azione giudiziaria, è evidente che quello che qui si impone è qualcosa di più e di diverso, cioè un vero e proprio obbligo di rettifica cui va dato riscontro indipendentemente dalla verità o falsità oggettiva dell'informazione, essendo sufficiente che il richiedente «ritenga» che il contenuto pubblicato sia contrario a verità e che il testo della rettifica non sia «suscettibile di incriminazione penale»; valutazioni che possono certo essere richieste a un direttore responsabile, ma che ben possono travalicare le capacità e le competenze di un privato cittadino.

¹⁷ Nella presentazione del disegno di legge, con un accostamento quanto meno azzardato, il privato che segnala un abuso è equiparato al c.d. *whistleblower*.

¹⁸ Cfr. art. 7 del disegno di legge: secondo gli artt. 16 e 17 del d. lgs. 70/2003, che danno attuazione agli artt. 14 e 15 della direttiva 2000/31/CE, sul commercio elettronico, l'obbligo di rimuovere un contenuto scatta solo in presenza di un ordine dell'autorità, essendo insufficiente la semplice richiesta rivolta da un privato al gestore del sito.

e nella giurisprudenza interna¹⁹, e soprattutto impongono ai gestori delle piattaforme un obbligo di continuo e costante monitoraggio dei contenuti pubblicati dagli utenti, anch'esso in frontale contrasto con i principi comunitari²⁰.

Al di là della palese irragionevolezza di talune disposizioni, della carente formulazione tecnica e della genericità che le contraddistinguono, ciò che colpisce nel disegno di legge ora esaminato è l'atteggiamento culturale che esprime, caratterizzato dal recupero di concetti che era lecito immaginare ormai desueti, e che si sperava, con l'avvento della costituzione repubblicana, fossero stati ormai relegati nella notte della storia, come quello che eleva la tutela del prestigio internazionale dello stato a limite della libertà di espressione, in un clima di “militarizzazione” dell'informazione: sotto questo aspetto, però, bisogna riconoscere che i Senatori proponenti il disegno di legge sono, se non altro, in buona compagnia, come è agevole riscontrare dall'esame dell'altro documento sopra richiamato, cioè la risoluzione approvata dal Parlamento europeo nel novembre dello scorso anno «sulla comunicazione strategica dell'UE per contrastare la propaganda nei suoi confronti da parte di terzi».

Si tratta di un documento che sembra catapultato nei giorni nostri direttamente dall'America del Senatore McCarthy: partendo dal presupposto che sia in atto un conflitto tra UE e Russia, e che nell'ambito di tale conflitto il governo russo utilizzi siti, blog, agenzie giornalistiche e altri media anche in lingue UE per sostenere le ragioni della Russia e per “screditare” le istituzioni UE²¹, la risoluzione evoca apertamente la categoria della guerra, parla di minacce per «la sovranità, l'indipendenza politica, la sicurezza dei cittadini e l'integrità territoriale degli Stati membri dell'UE»²², e finisce col mettere sullo stesso piano tali attività russe con la propaganda dell'ISIS/Daesh²³, per concludersi con un generico invito agli stati a «vigilare» sulle azioni di disinformazione e di propaganda promosse dalla Russia, e con l'auspicio di una stretta collaborazione tra UE e NATO in questa azione di contrasto²⁴:

Per fortuna (o forse per pudore), la risoluzione è molto generica sugli strumenti che occorrerebbe mettere in capo per contrastare la “disinformazione” russa (peraltro esplicitamente raffigurata come un attacco militare, e addirittura paragonata alla propaganda di una organizzazione terroristica volta al reclutamento di terroristi): quello che colpisce, però, al di là della vaghezza sulle misure auspiccate, è il tono a dir poco enfatico ed allarmistico (minacce all'integrità territoriale, alla pace, alla sicurezza dei cittadini) che viene riferito a quelle che di fatto rappresenterebbero semplici attività di propaganda di un governo straniero.

E' probabilmente vero che il governo russo utilizza in modo molto spregiudicato e raffinato gli strumenti offerti dalle nuove tecnologie per sostenere i propri interessi e difendere le proprie politiche²⁵: ma è anche lecito chiedersi chi non ha utilizzato, e tuttora non utilizza, simili strumenti

¹⁹ È il caso dell'art. 5, che al comma 1, stabilisce la possibilità di chiedere la rimozione dal web di contenuti diffamatori o di dati e informazioni personali trattati violando la normativa vigente: si tratta di una disposizione che da un lato è inutile, da momento che la possibilità di chiedere la rimozione di simili contenuti è già prevista dall'ordinamento, dall'altro viene motivata invocando impropriamente la sentenza *Google Spain*, che come è noto non parla affatto di “rimozione”, ma solo di eliminazione del *link* riferito ad uno specifico contenuto dall'elenco dei risultati di una ricerca.

²⁰ Cfr. ancora, da un lato, l'art. 7 del disegno di legge, dall'altro l'art. 17 del d. lgs. 70/2003, e l'art. 15 della direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico: sulla incompatibilità col diritto UE dell'imposizione ai *provider* di sistemi di filtraggio automatico dei contenuti illeciti v. anche CGUE, C-70/10, *Scarlet Extended SA c. Société belge des auteurs, compositeurs et éditeurs SCRL (SABAM)* (2010).

²¹ Tali strumenti sono individuati nella risoluzione in modo multiforme: talora ci si riferisce a specifici siti, agenzie di stampa e canali televisivi, come «gruppi di riflessione e fondazioni speciali (ad esempio *Russkiy Mir*), enti speciali (*Rossotrudnichestvo*), stazioni televisive multilingue (ad esempio RT), presunte agenzie di informazione e servizi multimediali (ad esempio *Sputnik*)», ma non mancano riferimenti molto più vaghi e generici, come quello a «gruppi sociali e religiosi transfrontalieri (in quanto il regime vuole presentarsi come l'unico difensore dei valori tradizionali cristiani), nonché *social media* e *troll* della rete». Tale congerie di strumenti sarebbe utilizzata dal governo russo «per sfidare i valori democratici, dividere l'Europa, raccogliere sostegno interno e creare una percezione di fallimento degli Stati nel vicinato orientale dell'UE», ma non manca il riferimento al sostegno diretto del Cremlino a «partiti politici e altre organizzazioni all'interno dell'UE», sostegno che avrebbe lo scopo di «minare la coesione politica».

²² Premesso che «la guerra dell'informazione è un fenomeno storico antico quanto la guerra stessa»; che «la guerra dell'informazione mirata, che è stata ampiamente sfruttata ai tempi della Guerra fredda, da allora forma parte integrante della guerra ibrida moderna, una combinazione di misure militari e non, di natura palese o occulta, impiegate per destabilizzare la situazione politica, economica e sociale di un paese sotto attacco, senza una formale dichiarazione di guerra, ed è rivolta non solo ai partner dell'UE, ma anche alla stessa UE, alle sue istituzioni, a tutti gli Stati membri e ai cittadini, indipendentemente dalla cittadinanza e dalla religione»; che «con l'annessione della Crimea alla Russia e la guerra ibrida condotta da quest'ultima nel Donbass, il Cremlino ha esacerbato il confronto con l'UE»; che «il Cremlino ha intensificato la sua propaganda attribuendo un ruolo di maggior rilievo alla Russia nel contesto dei media europei, per creare nell'opinione pubblica europea il supporto politico a favore dell'intervento russo e compromettere la coerenza della politica estera del CUE», se ne trae la conclusione che «le tecnologie belliche dell'informazione e delle comunicazioni sono state impiegate per legittimare azioni che rappresentano una minaccia per la sovranità, l'indipendenza politica, la sicurezza dei cittadini e l'integrità territoriale degli Stati membri dell'UE».

²³ Si afferma infatti nella risoluzione che, al pari del governo russo, anche «l'ISIS/Daesh, Al-Qaeda e vari altri gruppi terroristici violenti jihadisti utilizzano sistematicamente strategie di comunicazione e di propaganda diretta, sia *offline* che *online*, nel quadro delle motivazioni addotte per giustificare le loro azioni contro l'UE e i suoi Stati membri nonché contro i valori europei», oltre che «allo scopo di incoraggiare il reclutamento di giovani europei».

²⁴ La risoluzione evidenzia infatti che «a seguito della dichiarazione del vertice NATO di Strasburgo/Kehl, che ha sottolineato la crescente importanza per la NATO di comunicare in maniera adeguata, tempestiva, accurata e reattiva in merito all'evoluzione dei suoi ruoli, dei suoi obiettivi e delle sue missioni, nel 2014 è stato istituito in Lettonia il Centro di eccellenza delle comunicazioni strategiche della NATO (NATO StratCom COE), il quale è stato positivamente accolto dalla dichiarazione del vertice NATO in Gales», e si conclude affermando l'esigenza di «cooperare strettamente con la NATO» (e in particolare con tale «Centro di eccellenza») al fine di sviluppare strumenti di contrasto alla propaganda russa.

²⁵ Una efficace descrizione dell'utilizzo propagandistico dei nuovi media da parte del governo russo si può trovare, ad esempio, in E. MOROZOV, *L'ingenuità della rete*, cit.

di influenza, a cominciare dai governi “democratici” dei paesi membri della NATO ²⁶; ed è anche lecito chiedersi se la risposta corretta, di fronte al ricorso a tali strumenti, sia questa sorta di “militarizzazione” del conflitto mediatico, che non può che mettere a repentaglio proprio quei valori di pluralismo, tolleranza e libertà di cui tanto ci piace ergerci a difensori.

Non si può non segnalare, infatti, il rischio, insito in un simile approccio, di etichettare qualsiasi voce dissenziente rispetto alle narrazioni fornite dai media c.d. mainstream di situazioni come la crisi ucraina o la guerra civile siriana, o qualsiasi voce metta in discussione la versione ufficiale dei rapporti tra UE e Russia fatta propria dal Parlamento europeo, o che affermi la necessità o l’opportunità, per singoli stati membri dell’UE, di intrattenere relazioni più distese con la Russia ²⁷, come propaganda al soldo del Cremlino, secondo schemi che rimandano agli anni più bui della c.d. guerra fredda.

Appare quanto meno inquietante che un documento del genere non sia emerso dagli archivi di qualche agenzia di intelligence, ma sia stato discusso ed approvato (sia pure in modo fortunatamente non unanime) dalla più importante istituzione rappresentativa dell’UE: che addirittura il Parlamento europeo si spinga ad evocare in modo così plateale l’esigenza di una vera e propria militarizzazione dell’informazione, giungendo a legittimare, ed anzi ad auspicare, da parte di UE e NATO, gli stessi comportamenti che vengono stigmatizzati se a porli in essere è il governo russo, testimonia di un certo quale imbarbarimento e di una regressione autoritaria dell’Unione, destinata a non portare nulla di buono.

3 **Gli strumenti giuridici per il contrasto alla disinformazione online.**

Se, come si è visto, i confusi e maldestri tentativi di risposta della politica assumono tratti talora persino inquietanti, ciò non significa che il problema della disinformazione on line non esista: e a preoccupare non è tanto, diversamente da quanto si afferma nella relazione al disegno di legge presentato al Senato, la velocità con cui le c.d. “bufale on line” si diffondono, quanto piuttosto l’estrema frammentazione dell’audience, la sua tendenza ad articolarsi in ristrette comunità di utenti, in cui le informazioni sono condivise tra soggetti che spesso hanno già in partenza relazioni di vicinanza o amicizia. Ciò rende più problematico contrastare la diffusione di informazioni erronee rispetto a quanto accada con i mass media tradizionali, in cui le c.d. *fake news* possono essere più agevolmente individuate e smentite, e contribuisce ad accrescere l’effetto di “polarizzazione” già magistralmente individuato e descritto, oltre un quindicennio fa, da Cass Sunstein ²⁸.

Se la diagnosi è chiara, non altrettanto può dirsi degli strumenti giuridici attraverso cui si dovrebbe porre rimedio al problema, e del ruolo che, nel contrasto a tali fenomeni, dovrebbe essere svolto da autorità pubbliche e poteri privati, a cominciare dai c.d. “colossi del web”.

3.1 Il ruolo dei “colossi del web”.

La prima domanda che ci si può porre riguarda la praticabilità di forme di monitoraggio dei contenuti circolanti in rete, da realizzare con la collaborazione degli stessi fornitori di servizi web, a cominciare da motori di ricerca e piattaforme social: e in effetti, da qualche tempo, gli stessi c.d. “colossi del web”, superato l’iniziale rifiuto di qualsiasi forma di coinvolgimento o di responsabilizzazione rispetto all’utilizzo dei loro servizi da parte degli utenti, hanno iniziato a valutare la possibilità di attivare forme di controllo, affidate ora a filtri automatici, ora alle segnalazioni degli utenti, con l’ausilio di appositi nuclei di “giornalisti – sentinella” o di soggetti esterni specializzati nell’attività di

²⁶ Oltre alla già richiamata vicenda delle “armi di distruzione di massa” di Saddam Hussein, non pare un segreto che i governi dei paesi NATO, a cominciare dagli USA, hanno fatto largo uso di strumenti di comunicazione di massa e di *media* digitali per influire sulle vicende politiche di altri paesi, a cominciare dal nord Africa e dal medio Oriente, per non parlare del sostegno più o meno dichiarato a movimenti di opposizione al fine di favorire il c.d. *regime change*.

²⁷ Si veda ad es. il passaggio in cui la risoluzione «sottolinea che la strategia di informazione del Cremlino è complementare alla sua politica tesa a rafforzare le relazioni bilaterali, la cooperazione economica e progetti comuni con singoli Stati membri dell’UE, allo scopo di indebolire la coesione e le politiche dell’UE».

²⁸ C. Sunstein, *Republic.com* (2002), trad. it. *Republic.com. Cittadini informati o consumatori di informazioni?*, Bologna, 2003.

“fact checking”²⁹.

Sul punto, non si può che richiamare quanto si è già osservato con riferimento alla previsione di obblighi di monitoraggio nel disegno di legge presentato al Senato: la quantità di informazioni circolanti sulla rete, e soprattutto il carattere estremamente frammentato degli spazi di discussione e dei canali attraverso cui le informazioni circolano, rendono estremamente difficoltoso e aleatorio l'assolvimento di un simile compito, se affidato esclusivamente a risorse umane, laddove l'affidarsi a meccanismi automatici pare quanto meno velleitario, nel momento in cui si tratti di discernere il vero dal falso.

Il monitoraggio della rete è, insomma, una attività estremamente onerosa e, per forze di cose, parziale, sicché l'imposizione di un obbligo in tal senso, oltre che allo stato incompatibile, come si è detto, col diritto UE, appare in ogni caso difficilmente configurabile: un simile obbligo, tra l'altro, sortirebbe anche l'effetto di rafforzare ulteriormente la posizione dominante, se non propriamente monopolistica, di cui taluni di questi soggetti già godono, ponendo una ulteriore barriera, in aggiunta alle molte già esistenti, all'ingresso nel mercato di nuovi eventuali competitori.

Del resto, l'imposizione di un obbligo giuridico di rimuovere le informazioni individuate come “false” pone dei problemi non solo di ordine pratico (come individuare e riconoscere una informazione falsa) ma anche di ordine strettamente giuridico: come pure si è accennato, infatti, se da un lato è opinione condivisa che la libertà di espressione non copra la deliberata diffusione di informazioni false, dall'altro si ritiene generalmente che il dire il falso non possa considerarsi automaticamente un illecito in sé, almeno sino a quando non rechi nocimento a beni o diritti tutelati dall'ordinamento; e non si comprende per quale ragione un'affermazione falsa dovrebbe avere un diverso trattamento a seconda che sia diffusa attraverso la rete oppure attraverso altri mezzi di comunicazione. Se quindi appare difficile – e, probabilmente, anche del tutto inopportuno – configurare un obbligo giuridico in tal senso, è innegabile che nulla impedisce ai c.d. “colossi del web”, se lo ritengono opportuno, di attivare strumenti di monitoraggio dei contenuti che gli utenti veicolano in rete: e infatti, come si è accennato, alcuni dei grandi operatori “over the top” si stanno già attivando in tal senso. Si tratta di iniziative motivate anche, se non essenzialmente, da ragioni di mercato: attivando e pubblicizzando simili strumenti, tali soggetti da un lato difendono e consolidano il loro capitale reputazionale, dall'altro rafforzano la loro posizione dominante, dal momento che – è lecito supporre – ben pochi aspiranti concorrenti sarebbero in grado di offrire simili prestazioni aggiuntive. E tuttavia, proprio il fatto che i c.d. “colossi del web” siano liberi di introdurre e implementare simili forme di monitoraggio dovrebbe suscitare qualche interrogativo: entro che limiti un soggetto che svolga simili attività può poi pretendere di andare esente da responsabilità per l'eventuale utilizzo illecito dei propri servizi da parte degli utenti? E ancora, in presenza di operatori – come *social network* e motori di ricerca – che stanno sul mercato in una posizione di monopolio o di quasi monopolio, sino a che punto si può accettare che la decisione di rimuovere un contenuto – o di renderne particolarmente difficile il reperimento, il che in definitiva non è poi molto diverso – non possa essere messa in discussione e contestata da parte del soggetto che quel contenuto ha inizialmente pubblicato in rete?

Qui si rivela in tutta evidenza come la disciplina della responsabilità degli ISP contenuta nella direttiva 2000/31/CE sia decisamente datata, e pensata per applicarsi a figure molto differenti da quelle dei c.d. O.T.T. che attualmente dominano la scena: la posizione di chi pubblica contenuti on line è, infatti, del tutto carente di tutele giuridiche di fronte alla decisione di un *social network* o di un motore di ricerca di eliminare o di rendere inaccessibili quei contenuti, nonostante una simile decisione possa tradursi, di fatto, nella loro scomparsa dal mondo del web; parallelamente, l'assunto,

²⁹ Per limitarsi ai due soggetti più noti ed influenti, Google e Facebook, basti ricordare che nell'aprile 2017 Google ha annunciato l'estensione anche al motore di ricerca di una forma di *fact checking*, già sperimentata su *Google news*, frutto da un lato delle segnalazioni delle utenti (attraverso dispositivi che permettono agli utenti di segnalare contenuti “inappropriati” o offensivi) dall'altro del lavoro dei c.d. “valutatori della qualità della ricerca”. Tale attività può mettere capo a due possibili esiti: l'inserimento nei risultati della ricerca, di un *link* a siti che si occupano di *fact checking* (siti che non sono collegati a Google, ma sono costituiti da media ed editori “certificati”, che devono però adeguarsi agli standard sviluppati dal *Reporters Lab* della *Duke University* e da *Jigsaw*, la sezione di Google che si occupa di soluzioni tecnologiche), in modo da consentire agli utenti di valutare autonomamente l'attendibilità dell'informazione, oppure (soluzione che lascia più perplessi, per la maggiore opacità che la contraddistingue) la modifica dell'algoritmo di ricerca tendente a diminuire la visibilità dei contenuti ritenuti non affidabili o “autorevoli” (sulle due soluzioni v., rispettivamente, le segnalazioni pubblicate sul sito di Google da Justin Kosslyn (*Product Manager* di *Jigsaw*) e Cong Yu (*Research Scientist* di *Google Research*) sotto il titolo “Letichetta Fact Check da oggi disponibile in tutti i paesi nella ricerca Google e in Google News” e da Ben Gomes, col titolo “Un aggiornamento sui miglioramenti della qualità della ricerca”. Quanto a Facebook, da alcuni mesi, dopo le polemiche relative al presunto ruolo dei *social media* nell'incrementare la diffusione di *fake news* in occasione delle ultime elezioni presidenziali americane, essa implementa un sistema di *fact checking* che utilizza le segnalazioni dei lettori e l'attività di verificatori esterni, e che culmina nell'apposizione di un avviso che segnala che il contenuto è controverso (v. A. Jamieson-O. Solon, Facebook to begin flagging fake news in response to mounting criticism, in *The Guardian*, 15 dicembre 2016; sulle criticità di tale sistema, prima tra tutte il fatto che l'apposizione di simili “etichette” rischia di generare un effetto opposto, incentivando gli utenti alla condivisione delle notizie marchiate come controverse, v. peraltro quanto riporta S. Levin, Facebook promised to tackle fake news. But the evidence shows it's not working, in *The Guardian*, 16 maggio 2017. Una articolata riflessione sugli strumenti utilizzabili per contrastare la disinformazione *on line* si rinviene, infine, anche nel documento diffuso in rete da Mark Zuckerberg nel febbraio 2017 sotto il titolo “Building Global Community”.

pacifico, secondo cui l'ISP non può essere gravato di obblighi di controllo rispetto al materiale che gli utenti veicolano in rete attraverso i suoi servizi, non può far dimenticare il fatto che, tuttavia, tale controllo può, comunque, essere svolto, e che in tal caso la pretesa del provider di essere considerato un mero intermediario neutrale entra, inevitabilmente, in crisi³⁰.

Ciò premesso, posto che, allo stato, nulla impedisce (e probabilmente nulla impedirà anche in futuro) ai c.d. "colossi del web" di esercitare forme di controllo sulle informazioni veicolate attraverso i loro servizi, l'approccio che pare più accettabile è quello consistente nell'incentivare, ove possibile, forme di controllo "morbido" che puntino, fuori dai casi di contenuti palesemente osceni o violenti o raccapriccianti, non tanto a rimuovere i contenuti considerati inattendibili o inappropriati, quanto piuttosto a segnalare al lettore che determinati contenuti sono controversi, sono oggetto di discussione, o che l'attendibilità di determinate informazioni è oggetto di contestazione³¹.

Un simile risultato sembra potersi raggiungere, nell'attuale contesto, solo attraverso l'attivazione di strumenti di soft power, promuovendo protocolli di intesa con i grandi intermediari della rete o incentivando forme di autoregolamentazione da parte degli stessi: fermo restando comunque che, indipendentemente dall'attivazione di simili forme di dialogo più o meno virtuoso tra le autorità di controllo e regolazione e i grandi colossi privati e multinazionali del web, pare molto difficile ricondurre l'azione di tali autorità ad un quadro di regole cogenti, sicché nulla potrà impedire che, dietro lo schermo della lotta alle *fake news*, questi soggetti si rendano protagonisti di forme di controllo, tanto più pervasive ed insidiose quanto poco trasparenti.

3.2. Qualche considerazione a proposito del c.d. "free marketplace of ideas".

Come si è detto, l'assunzione da parte dei c.d. "colossi del web" di compiti di monitoraggio e controllo, se da un lato non dovrebbe essere (come allo stato non è) oggetto di imposizione legislativa, d'altro canto potrebbe essere in qualche modo incentivata dalle stesse logiche del mercato, in quanto rispondente alla loro esigenza di difendere la propria reputazione commerciale: e questo induce a chiedersi se l'approccio più corretto non sia, in definitiva, proprio quello di affidarsi puramente e semplicemente alle logiche e alle dinamiche del mercato.

Il frequente e risalente richiamo al c.d. "free marketplace of ideas" sembra, però, da maneggiare con cautela, perché pare afflitto da una ambiguità di fondo: da un lato, infatti, con tale espressione si vuole evocare, del tutto condivisibilmente, il principio secondo cui la disinformazione e la diffusione di opinioni discriminatorie o offensive dovrebbero essere contrastate, almeno nella normalità dei casi, non già attraverso l'uso della forza pubblica, ma attraverso le armi della critica e della discussione, in un contesto in cui l'affermazione o la sconfitta di una tesi dovrebbero dipendere solo dalla sua solidità e quindi dalla sua capacità di prevalere sulle tesi contrastanti; dall'altro, però, non si può evitare di sfuggire al potenziale evocativo insito nel riferimento al "mercato", che sembra assumere un significato ulteriore nel contesto di una società dominata dall'ideologia neoliberale, che vede nel "mercato", il principio ordinatore fondamentale della società e di ogni aspetto della vita umana.

In questo senso il riferimento al "free marketplace of ideas" rischia di sottendere la equiparazione delle idee e delle notizie a merci, e dell'utente dell'informazione (ovvero del cittadino) al consumatore, e quindi evocare una soluzione in cui il semplice gioco della concorrenza sia in grado di fare emergere, come per virtù magiche, le idee "buone" a discapito delle "cattive": ma ci sono almeno due buoni ordini di ragioni che suggeriscono di accostarsi con cautela a questo tipo di approccio. Il primo ordine di ragioni è connesso alla impossibilità di identificare l'utente dell'informazione, nella sua dimensione di cittadino, con il (presunto) protagonista del mercato concorrenziale, ovvero con il consumatore: impossibilità che discende non solo e non tanto dalla considerazione (che

³⁰ Al riguardo, spunti interessanti, e in qualche misura in controtendenza rispetto all'esclusione di responsabilità affermata dal diritto UE, si possono rinvenire nella sentenza della Corte EDU *Delfi c. Estonia*, del 10 ottobre 2013, su cui v. G. E. Vigevani, *La responsabilità civile dei siti per gli scritti anonimi*, in *Forum di Quaderni costituzionali* (www.forumcostituzionale.it), 4 febbraio 2014.

³¹ Secondo lo schema utilizzato da Wikipedia, e consistente nel segnalare che determinate voci sono incomplete, o non indicano le fonti o indicano fonti insufficienti o non verificabili, e che come si è visto (*supra*, n. 29) è oggetto di sperimentazione anche da parte di *Google* e *Facebook*: per inciso, l'idea che solo contenuti osceni o violenti o raccapriccianti possano essere oggetto di rimozione appare sorprendentemente in linea, *mutatis mutandis*, con lo spirito dell'art. 21 della costituzione, nel momento in cui isola il concetto di «buon costume» come atto a legittimare più incisive forme di restrizione alla libertà di espressione: a riprova del fatto che, al netto di un impianto che può apparire anacronistico, l'art. 21 Cost. è ancora un punto di riferimento utile e significativo anche in un contesto tecnologico e sociale profondamente mutato (in questo senso sia consentito rinviare a M. Cuniberti, *Disciplina della stampa e dell'attività giornalistica e informazione in rete*, in M. Cuniberti (a cura di), *Nuove tecnologie e libertà della comunicazione*, Milano, 2008, 207 ss., 235 ss. in particolare; *contra*, nel senso della necessità di una revisione delle previsioni costituzionali in materia di informazione e di comunicazione, v. invece M. Orofino, *La libertà di espressione tra Costituzione e Carte europee dei diritti*, Torino, 2014.

potrebbe legittimamente apparire un po' paternalistica e moraleggiante, e quasi confinante con una visione “funzionalistica”) secondo cui in una democrazia il compito dell'informazione dovrebbe essere quello di formare “cittadini informati” in grado di assumere decisioni consapevoli³², ma prima e soprattutto da una differenza, verrebbe da dire ontologica e strutturale, tra le due categorie, che consiste nel fatto che le scelte operate dal consumatore, se sbagliate o non adeguatamente ponderate, si ripercuotono, nei loro effetti negativi, essenzialmente sul consumatore stesso, laddove, al contrario, le scelte che il cittadino è chiamato ad assumere nel momento in cui esercita i propri diritti politici esplicano i loro effetti sull'intera collettività, su chi le ha condivise e su chi vi si è opposto.

Ma vi è una ragione ancora più profonda che suggerisce di diffidare della integrale sottoposizione del mondo dell'informazione alle logiche del mercato: la possibilità, per il consumatore, di scegliere il prodotto migliore, e quindi l'attitudine del mercato ad operare come strumento di selezione dei prodotti più affidabili, è tanto maggiore quanto più ricche e affidabili sono le informazioni in possesso del consumatore, che gli consentono di operare una scelta pienamente consapevole; ma se il “prodotto” che si tratta di scegliere è l'informazione stessa, allora è evidente che la stessa idea di un “mercato dell'informazione” rappresenta niente più che un circolo vizioso, un vero e proprio corto circuito logico.

Le considerazioni appena svolte appaiono ancora più inquietanti se ci si sofferma a riflettere sulla possibilità di applicare al “mercato delle notizie” e delle “idee” le tecniche del c.d. behavioural advertising, o del c.d. direct marketing, che consentono di guidare l'utente, nella ricerca del prodotto più adatto alle proprie esigenze, sulla base di una approfondita conoscenza dei suoi gusti, delle sue preferenze e inclinazioni, dei suoi interessi e bisogni più o meno indotti³³.

Tale possibilità è, ovviamente, decuplicata dalle infinite possibilità di profilazione dell'utente offerte dalla rete, con l'ulteriore aggravante che la gestione dei c.d. big data richiede risorse ingenti che sono inevitabilmente nella disponibilità di pochi: in questo contesto, insomma, non solo l'informazione è degradata a merce, ma la mercificazione riguarda e colpisce le stesse informazioni sulla base delle quali l'utente viene profilato, e in definitiva ciò che consente la ricostruzione digitale della sua personalità.

Insomma, se l'immagine dello stato come una sorta di grande fratello, e di un “ministero della verità” intento a scandagliare la rete per depurarla dalle *fake news* evoca, a ragione, una buona dose di inquietudine, neppure sembra pienamente rassicurante la prospettiva di affidarsi serenamente al “mercato” e alla presunta capacità del “consumatore” di operare una sorta di darwiniana “selezione naturale” dell'informazione in rete.

3.3. Il ruolo dell'informazione professionale.

Accanto al tema del ruolo svolto dai c.d. “colossi del web”, vi è poi il problema, anch'esso di non agevole soluzione, di individuare un qualche affidabile criterio per distinguere tra informazione professionale e mera libertà di manifestazione del pensiero in rete: tale distinzione, lungi dal vedere affievolita la sua importanza, dovrebbe acquistare un ruolo ancora più decisivo, in un contesto in cui l'attività di informazione professionale e la libera espressione di opinioni e idee convivono spesso fianco a fianco, veicolate dalle medesime piattaforme distributive.

Per quanto complicata possa risultare, infatti, la distinzione tra informazione professionale e semplice libertà di espressione rimane cruciale, in primo luogo per la tutela dell'affidamento del cittadino nella correttezza e nell'affidabilità dell'informazione, e, in secondo luogo, per una ragione più strettamente giuridica, dal momento che all'esercizio in forma professionale dell'attività di informazione si collegano diversi obblighi e responsabilità, così come differenti prerogative.

Per comprendere la delicatezza del tema è sufficiente pensare al problema, di perdurante attualità, della protezione delle fonti: secondo quanto emerge dalla giurisprudenza della Corte europea dei diritti dell'uomo e degli organi del Consiglio d'Europa, la possibilità di invocare il diritto – dovere

³² Visione che sembra caratterizzare l'approccio di C. Sunstein, *Republic.com*, cit.

³³ Sul crescente utilizzo di tali strumenti nelle campagne presidenziali americane, a cominciare dalle quelle democratiche del 2018 e del 2012 per arrivare a quella che ha portato alla presidenza Donal Trump, si veda ad es. quanto afferma Alexander Nix, amministratore delegato della *Cambridge Analytica* e consulente di Donald Trump in occasione delle elezioni presidenziali del 2016, in un'intervista pubblicata su *La Stampa* l'8 settembre 2016 sotto il titolo “*Nix, il cervello della campagna elettorale di Trump: “Grazie ai big data sappiamo cosa vogliono i cittadini”*”: «nel 2008 abbiamo visto come la campagna dei Democratici abbia fatto ampio uso dei dati digitali per identificare e persuadere gli elettori, soprattutto con i *social media*. Questo è stato un fattore centrale nel cambiamento degli equilibri anche perché i Repubblicani erano rimasti indietro nell'uso delle tecnologie, mentre in passato erano stati all'avanguardia. Ora si è verificato un nuovo sorpasso in questo campo da parte repubblicana, con grandi investimenti e la mobilitazione di ingenti risorse».

della protezione delle fonti non è riconosciuta a chiunque eserciti la libertà di espressione in rete, ma rimane prerogativa di chi eserciti comunque un'attività di tipo professionale, o connessa all'esercizio professionale dell'informazione³⁴.

Tale delimitazione appare complessivamente ragionevole (a condizione di non attribuire rilievo decisivo e assorbente al possesso di una specifica qualifica legale)³⁵, se si considera la delicatezza degli interessi coinvolti in tale problematica, e che spesso motivano la richiesta della fonte di mantenere l'anonimato, sicché appare più che comprensibile che la prerogativa possa essere invocata da soggetti in possesso delle competenze tecniche e della sensibilità deontologica necessarie per verificare l'attendibilità della fonte e, conseguentemente, l'attendibilità e l'interesse sociale della notizia e gli eventuali argomenti contrari alla sua diffusione, per assumere riguardo alla pubblicazione una decisione informata e consapevole e quindi per assumersi anche le relative responsabilità.

È quindi da salutare con favore, nonostante alcune perplessità sul metodo utilizzato e sui possibili esiti³⁶, l'orientamento espresso dalla sentenza delle Sezioni unite della Cassazione del luglio 2015, che, nell'estendere, sulla base di una interpretazione "evolutiva" della nozione di "stampa", la disciplina di favore dettata dall'art. 21 Cost. in materia di sequestro alle testate giornalistiche on line, ha comunque ritenuto di precisare che tale estensione non riguarda ogni attività di manifestazione del pensiero svolta in rete, ma solo quella che presenti, appunto, i crismi della "professionalità"³⁷: la disciplina in materia di sequestro della stampa, in quanto disciplina di privilegio rispetto alla disciplina generale del sequestro preventivo di cui all'art. 321 c.p.p., può essere applicata solo a fronte di un'attività caratterizzata da diverse e più stringenti forme di responsabilità.

Se l'esigenza di distinguere tra informazione professionale e semplice libertà di espressione non viene meno, ed anzi addirittura sembra rafforzarsi nel nuovo sistema mediatico, è certo però che si tratta di una distinzione tutt'altro che semplice, a cominciare dal problema di individuare il soggetto o i soggetti abilitati a tracciare la linea di demarcazione tra i due ambiti: ci si può chiedere, al riguardo, se la distinzione debba essere affidata a regole di diritto pubblico riferite ai soggetti (nella forma di una abilitazione professionale) o al prodotto (nella forma della registrazione del sito), o se ci si debba piuttosto basare semplicemente sulla "autorevolezza", vera o presunta, della fonte, sul riconoscimento reciproco dei colleghi e su quello del pubblico.

Certo, per molti aspetti l'ideale sarebbe che la distinzione fosse affidata alla capacità di discernimento del pubblico o, al più, all'autogoverno spontaneo della categoria, senza l'ausilio di strumenti pubblicistici, e che quindi la riconoscibilità della informazione professionale fosse demandata alla "autorevolezza" della fonte: e tuttavia, il ricorso al generico concetto di "autorevolezza" di una determinata fonte rischia di essere viziato dagli stessi meccanismi di persuasione più o meno occulta e di manipolazione che, come si è detto, viciano il ricorso al "mercato" come strumento di selezione della "buona" informazione, a cui si aggiunge l'evidente tendenza dei media c.d. mainstream a legittimarsi a vicenda, conferendosi reciproche patenti di credibilità e autorevolezza³⁸.

Non solo, ma l'affidarsi esclusivamente a meccanismi informali basati sulla "autorevolezza", sul riconoscimento reciproco o, al limite, sull'autoregolamentazione, non può comunque risultare sufficiente e appagante, perché, come si è detto, la possibilità di distinguere e riconoscere l'informazione professionale è essenziale non solo per fornire all'utente un criterio di orientamento nell'approccio all'informazione on line, ma anche per delimitare i contorni di uno specifico regime giuridico, che a norme di favore (come quelle in tema di sequestro o di protezione delle fonti) affianca anche specifici obblighi e responsabilità (come le regole in materia di trasparenza sulla proprietà, sul finanziamento e sulla gestione, la presenza e gli obblighi di controllo del direttore, gli obblighi di natura deontologica).

³⁴ Il principio è desumibile dal complesso della ormai copiosa giurisprudenza della Corte EDU in materia di protezione delle fonti (per tutti v. le sentenze *Goodwin c. Regno Unito* del 17 marzo 1996, *De Haes e Gijssels c. Belgio* del 24 febbraio 1997, *Sanoma Uitgevers B. V. c. Olanda* del 14 settembre 2010), ed è affermato espressamente nella raccomandazione n. R(2000)7 del Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa adottata l'8 marzo 2000, e confermato nella raccomandazione 1950 (2011) dell'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa (cfr. il *considerando* n. 15).

³⁵ Rimangono pertanto in piedi tutte le perplessità (esprrese, ad esempio, da G.E. Vigevani, *La protezione del segreto del giornalista al tempo di internet*, in *Costituzionalismo.it*, 2/2011) sull'attuale formulazione dell'art. 200 c.p.c. che circoscrive la possibilità di invocare la protezione delle fonti ai soli giornalisti professionisti, come definiti dalla legge professionale n. 69 del 1963.

³⁶ Per cui v. ad es. C. Melzi d'Eril, *Contrordine compagni: le Sezioni Unite estendono le garanzie costituzionali previste per il sequestro degli stampati alle testate on-line registrate*, in *Diritto penale contemporaneo*, 9 marzo 2016.

³⁷ Si tratta della sentenza delle Sezioni Unite penali n. 31022 del 17 luglio 2015; il principio è confermato anche da Cass. pen., Sez. V, 24 marzo 2016, n. 12536, su cui v. S. Vimercati, *la Cassazione conferma l'inesistenza ai blog delle garanzie costituzionali previste per gli stampati in tema di sequestro*, in *Diritto penale contemporaneo*, 26 ottobre 2016.

³⁸ Questa forma di autolegittimazione di parte del mondo giornalistico è particolarmente evidente se si guarda ai programmi di informazione e di approfondimento politico delle c.d. televisioni "generaliste", caratterizzati dalla costante e ripetuta presenza, in veste per lo più di commentatori e "opinionisti", di un gruppo molto ristretto di giornalisti, per lo più della carta stampata, che si alternano con impressionante continuità circolando da una trasmissione all'altra: il fatto che in tale gruppo siano rappresentati diversi orientamenti politici nulla toglie alla autoreferenzialità di cui simili prassi sono evidente espressione.

D'altro canto, però, la selezione ad opera delle autorità pubbliche di ciò che può ritenersi informazione professionale incontra crescenti difficoltà e rischia di prestarsi ad applicazioni arbitrarie, come dimostrano le incertezze che contraddistinguono anche la già citata sentenza delle Sezioni Unite del 2015, che, nel momento in cui si tratta di precisare quali siano i requisiti (ontologico/strutturale, da un lato, funzionale/teleologico dall'altro) che distinguerebbero i due ambiti, non riesce a individuare criteri distintivi immuni da rischi di equivoci e incertezza, ed anzi sembra addirittura tentata di ripiegare sui discutibilissimi criteri («periodicità regolare» ed esistenza di «una testata, costituente elemento identificativo del prodotto») già individuati dalla legge n. 62 del 2001 per circoscrivere l'obbligo di registrazione del «prodotto editoriale» diffuso attraverso reti telematiche³⁹. E in effetti, se non vi è dubbio che la versione on line di un grande organo di informazione e, all'opposto, la pagina facebook o il blog amatoriale di un privato cittadino siano prodotti completamente diversi, è peraltro innegabile che tra questi due estremi si estende una vasta zona grigia: come classificare, ad esempio, e a quale disciplina sottoporre un blog organizzato professionalmente, che utilizza una vera e propria redazione e raggiunge milioni di lettori? O una piattaforma che organizza e diffonde contenuti generati dagli utenti? O, ancora, un blog tenuto da un singolo giornalista, ma collegato ad una vera e propria testata giornalistica? D'altro canto, pur senza voler sopravvalutare il c.d. citizen journalism, appaiono sempre più evidenti anche i limiti dell'esclusivo riferimento alla legge professionale come strumento per qualificare l'operatore dell'informazione.

La risposta a tali problemi non può però consistere, come sembra fare il disegno di legge A.S. 2688 in precedenza esaminato, nell'attribuire alla diffusione di informazioni e notizie in rete in forma non professionale (ovvero, nel linguaggio utilizzato dal disegno di legge, attraverso siti diversi dalle testate registrate) inediti obblighi aggiuntivi, che tendono ad assimilarne la posizione a quella delle testate giornalistiche registrate, se non addirittura a renderla più gravosa: se infatti, da un lato, si può comprendere che la semplice registrazione della testata, o la presenza nella redazione o direzione di giornalisti iscritti all'albo, possano non essere più ritenute, oggi, elementi decisivi e dirimenti al fine di distinguere l'informazione professionale ed esercitata in forma di impresa dalla semplice libertà di espressione in rete, è d'altra parte anche evidente che il problema non si risolve facendo d'ogni erba un fascio e eliminando, di fatto, la distinzione tra i due ambiti.

Si tratta invece di rinvenire nuovi criteri distintivi, adatti ai nuovi mezzi attraverso cui si veicola l'informazione in rete, senza indulgere in facili semplificazioni o nell'illusione che basti coniare un nuovo termine o una nuova definizione legislativa: in questo senso, non pare ci sia molto da attendersi da un legislatore che sino ad oggi si è mostrato, se non del tutto sprovvisto, quanto meno mosso da logiche contingenti e spesso strumentali, e sprovvisto di una visione organica⁴⁰; sicché non resta che auspicare che, attraverso l'opera congiunta degli operatori del settore e della giurisprudenza, si possa comunque pervenire, prima o poi, alla individuazione di uno statuto dell'informazione professionale che definisca chi è il “giornalista” dell'era digitale, come lo si riconosce, che caratteristiche e che tipo di formazione debba avere, attraverso quali strutture svolga la sua attività.

Si tratta di un compito immane, che non solo non si risolve con un tratto di penna o coniando una nuova definizione legislativa, ma che probabilmente neppure può più risolversi sul piano esclusivamente nazionale, dal momento che il sistema dell'informazione è globale e che in esso operano attori (singoli giornalisti o imprese) che è difficile vincolare al rispetto di regole con efficacia territorialmente limitata.

Si tratta, infine, di una sfida che coinvolge anche, da un lato, il tema della formazione del giornalista e dell'accesso alla professione, dall'altro quello del suo inquadramento professionale, della sua posizione contrattuale e delle sue condizioni materiali ed economiche di lavoro; pare difficile, infatti, pretendere rigore e autonomia di giudizio da soggetti che, nella stragrande maggioranza dei casi, lavorano in condizioni di precarietà, con retribuzioni al limite della sussistenza e totalmente sottoposti alle pressioni economiche dei datori di lavoro.

³⁹ Su tale controversa (ed emblematica) vicenda sia consentito rinviare a M. Cuniberti, *Disciplina della stampa e dell'attività giornalistica e informazione in rete*, cit., 215 ss.

⁴⁰ Come dimostra, ancora una volta, il citato disegno di legge A.S. 2688, che non trova di meglio, per individuare i soggetti gravati dai nuovi obblighi e dalle nuove responsabilità, che coniare un nuovo termine («piattaforma digitale che distribuisce contenuti informativi») il cui significato e la cui estensione rimangono incerti, e che rischia di generare gli stessi problemi interpretativi che in passato hanno contraddistinto altre nozioni (a cominciare da quella di «prodotto editoriale» nella legge 62/2001) altrettanto disinvoltamente disegnate dal legislatore.

3.4. La necessità di ripensare il concetto di pluralismo.

Tutto il discorso sin qui svolto pone, in conclusione, il problema di ripensare la stessa nozione di pluralismo con la quale sinora ci si è confrontati⁴¹: la semplice presenza, all'interno del sistema dell'informazione, di una molteplicità di contenuti differenti, espressione di differenti orientamenti culturali e politici, è oggi del tutto insufficiente, in un contesto in cui la disponibilità di una quantità enorme di dati e di informazioni rende indispensabile definire attraverso quali percorsi l'informazione viene veicolata e ciascun singolo utente viene a contatto con i contenuti presenti in rete; sicché, il problema centrale del pluralismo, oggi, non è più tanto dare uno spazio a tutti (posto che lo spazio è quasi illimitato), quanto fare in modo che ciascun soggetto venga concretamente a contatto con una pluralità di opinioni diverse⁴².

Il problema, insomma, non è tanto la presenza della disinformazione (che c'è sempre stata, e spesso è stata anche veicolata dai mass media tradizionali), quanto il fatto che la disinformazione si diffonde in un mondo frammentato e polarizzato, in cui non trova contraddittorio, sicché si moltiplicano i rischi di manipolazione dell'utente: si tratta, quindi, di chiedersi attraverso quali strumenti si possa incrementare il contraddittorio in rete.

A questo proposito, occorrerebbe cominciare con l'interrogarsi sui criteri con cui si organizza la ricerca e l'accesso alle informazioni on line, e che, semplificando all'estremo, possono essere ridotti a due modelli opposti: quello che premia e privilegia i siti considerati più rilevanti secondo criteri che potremmo definire "oggettivi" (a cominciare dal numero di link in ingresso), e quello che valorizza, invece, le preferenze del singolo utente ricavate dalle sue precedenti ricerche e esperienze in rete⁴³.

Se non vi è dubbio che entrambi i criteri appaiono radicalmente inadatti a definire uno scenario autenticamente pluralista, è però tutt'altro che chiaro quali possano essere le alternative: le differenti soluzioni ipotizzabili, infatti, appaiono tutte più o meno viziate ora da un approccio eccessivamente "paternalistico", ora da insanabili contraddizioni interne⁴⁴.

Sicché, in attesa che qualcuno scopra l'algoritmo perfetto, che riesca a tenere insieme libertà di scelta dell'utente e pluralismo, una prospettiva forse meno ambiziosa ma sicuramente praticabile potrebbe essere quella di investire sulla preparazione dell'utente, di fornire cioè all'utente gli strumenti culturali e tecnici adeguati per verificare l'attendibilità di una notizia: le c.d. "bufale on line", infatti, sono per lo più riconoscibili, con un minimo di pazienza e di attenzione, da un utente avvertito e consapevole.

Nello scenario del sistema dei media che si va delineando, allora, il vero compito di "servizio pubblico", molto più che quello di garantire il "pluralismo" come sinora lo si è inteso (cioè come spartizione di spazi a vantaggio di alcune realtà politiche o sociali previamente selezionate e definite) dovrebbe essere quello di fornire strumenti critici per l'approccio e l'utilizzo della rete, in primo

⁴¹ Ovviamente l'attuazione del principio del pluralismo nel contesto digitale pone una quantità enorme di problemi ulteriori, su cui non è possibile in questa sede soffermarsi, e per cui si rinvia a F. Donati, *Il principio del pluralismo delle fonti informative a tempo di internet*, in *Diritto e Società* 2013, 663 ss., a O. Pollicino, *Tutela del pluralismo nell'era digitale: ruolo e responsabilità degli Internet service provider*, in *Consulta on line*, 10 febbraio 2014, e da ultimo a V. Pampanin, *Tutela del pluralismo informativo e regolazione economica nel mercato convergente della comunicazione*, in G. Avanzini-G. Matucci (a cura di), *L'informazione e le sue regole. Libertà, pluralismo e trasparenza*, Napoli, 2016, 163 ss.; più in generale, per un bilancio, non particolarmente roseo, sull'attuazione del principio nel sistema italiano dei media v. M. Manetti, *Pluralismo dell'informazione e libertà di scelta*, in *Rivista AIC*, 1/2012.

⁴² Si tratta, peraltro, di un problema che esce dai confini di internet in senso stretto, per coinvolgere anche i media tradizionali, il cui utilizzo è sempre più contaminato e mediato dalle logiche della rete: si v., ad esempio, con riferimento al tema dell'informazione e della comunicazione politica, quanto osserva l'AGCOM nella sua indagine del 2015 su *"Il consumo di informazione e la comunicazione politica in campagna elettorale"* (reperibile sul sito dell'Autorità), circa il fatto che, se la televisione rimane ancora il mezzo più influente nel determinare le scelte politiche dei cittadini, sempre più incisivo e decisivo appare il ruolo dei social network nell'indirizzare gli utenti verso la visione di determinati contenuti. E in effetti il sistema dei media dell'era digitale appare sempre più come un sistema «ibrido» (per riprendere il termine utilizzato da A. Chadwick, *The Hybrid Media System: Politics and Power*, New York 2013), caratterizzato non solo dalla coesistenza, ma anche e soprattutto dalla integrazione e compenetrazione tra piattaforme differenti.

⁴³ Cfr. P. Costa, *Motori di ricerca e social media: i nuovi filtri nell'ecosistema dell'informazione online e il potere oscuro degli algoritmi*, in G. Avanzini-G. Matucci (a cura di), *L'informazione e le sue regole*, cit., 252 ss., 262 ss. in particolare.

⁴⁴ Ad esempio la soluzione (prospettata da C. Sunstein, *Republic.com*, cit., 197 ss.) consistente nell'imporre obblighi che si potrebbero definire di "pluralismo interno", come quello relativo all'inserimento, nelle pagine web, di link a siti di diverso orientamento; o quella (suggerita da E. Pariser, *Il filtro*, cit., che prevede l'adozione di sistemi di filtraggio che esponano le persone ad argomenti che esulano dalla loro normale esperienza. Simili soluzioni, da un lato, e a meno di fare affidamento esclusivamente sulla buona volontà dei privati, postulerebbero l'imposizione di obblighi estremamente invasivi a carico dei fornitori di servizi e/o di contenuti in rete, finendo con il comprimere significativamente la loro libertà e col rendere più difficoltosa, se non impossibile, la loro attività (oltre a rafforzare, come è effetto prevedibile di misure simili, le posizioni dominanti esistenti): ma, soprattutto, queste proposte, oltre a sottendere un atteggiamento un po' paternalistico nei riguardi dell'utente, considerato incapace di operare scelte autonome, rivelano anche un considerevole schematicismo, nel momento in cui danno per scontato che sia sempre agevole rinvenire i contenuti "nuovi" ed "inediti" con cui l'utente dovrebbe essere messo in contatto, mentre in realtà anche tale operazione richiede scelte complesse, che verrebbero demandate o all'autorità pubblica (con la conseguente compressione della libertà degli operatori) o agli operatori stessi (con il conseguente rischio di ulteriori manipolazioni ed errori, oltre a quello derivante dalla necessità di intensificare il monitoraggio sulle abitudini di navigazione dell'utente: in questo senso cfr. E. Morozov, *Internet non salverà il mondo*, cit., 332).). Insomma, anche l'individuazione dei contenuti "nuovi" o "inusuali" relativamente al singolo utente è operazione che implica scelte, espressione di opzioni a loro volta ideologiche: si v. ad es. quanto argomenta Mark Zuckerberg, nel suo intervento del febbraio 2017 già citato (*supra*, n. 29), secondo cui, per evitare l'eccesso di "polarizzazione", non si dovrebbero tanto mettere a confronto tesi contrapposte, quanto e soprattutto privilegiare i siti che tendono ad offrire una gamma di punti di vista il più possibile variegata e completa; il che, però, può anche essere letto come l'intenzione di emarginare tutti i siti portatori di posizioni "estreme" per privilegiare le fonti "moderate" e asseritamente "obiettive".

luogo come strumento informativo.

In questo senso sembrerebbero muovere, effettivamente, alcune previsioni del citato disegno di legge A.S. 2688, che fanno riferimento ad iniziative di «alfabetizzazione mediatica» e a forme di «sostegno ai progetti di sensibilizzazione e ai programmi di formazione volti a promuovere l'uso critico dei media *online*»⁴⁵; ma, al di là delle perplessità sugli strumenti con cui tali obiettivi si vorrebbero conseguire⁴⁶, si tratta comunque di previsioni che rischiano seriamente di rimanere confinate nel limbo delle buone intenzioni, se appena si considera che l'educare il pubblico all'utilizzo consapevole della rete, non diversamente dal formare bravi giornalisti, comporta costi non indifferenti.

É quindi lecito chiedersi, al di là dei proclami altisonanti e degli ambiziosi progetti (tutti da realizzare, immancabilmente, «senza oneri aggiuntivi per la finanza pubblica»)⁴⁷, se realmente lo stato, oggi, abbia intenzione di investire in questo ambito, o se non sia più consono allo spirito dei tempi il lasciare operare indisturbate le logiche del “mercato”, prendendo atto che l'informazione (e, forse, anche il suo “consumatore”) non è altro, ormai, che una merce come tante.

⁴⁵ Cfr. art. 6, comma 1, lett. *a)* del d.d.l. cit.

⁴⁶ Strumenti individuati, dalle successive lett. *b)* e *c)* del citato art. 6, nella realizzazione «nelle scuole secondarie di primo e di secondo grado» di iniziative «per sostenere la formazione alla professione di giornalista», e nella possibilità di effettuare periodi di *stage* presso testate giornalistiche *online*: è persino inutile sottolineare infatti che, da un lato, la scuola secondaria non sembra il luogo più idoneo per formare alla professione di giornalista, e, dall'altro, che è quanto meno improbabile che gli *stage* presso le testate giornalistiche possano svolgere un ruolo significativo, se solo si hanno presenti le enormi difficoltà che l'aspirante giornalista incontra nello svolgimento del periodo di tirocinio; ma soprattutto, il disegno di legge sembra confondere due piani che dovrebbero restare distinti, e cioè quello della formazione del “lettore”, da un lato, e del “giornalista”, dall'altro, col rischio di non fare bene né l'una né l'altra cosa.

⁴⁷ Come, ad es., dispone espressamente proprio l'art. 6 del d.d.l. da ultimo citato.